

MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
"SCHOOL OF BUSINESS OF THE BELARUSIAN STATE UNIVERSITY"

Department of International Business

Thesis annotation

**CREATION OF MARKETING CAMPAIGN FOR “FINEXPERTIZA-BEL”
LLC**

Geshtaryova Liya Sergeyevna

Scientific Supervisor:

Sadovskaya Jekaterina Yurievna,
PhD in Philology, Associate Professor

2020

Thesis: 52 p., 4 fig., 11 tab., 52 sources, 8 applications.

MARKETING, MARKETING CAMPAIGN, MARKETING STRATEGY, ADVERTISING, FINANCIAL POSITION, FORECASTING, SWOT ANALYSIS, AUDIT BUSINESS

The objective of the research is to develop the marketing strategy for the enterprise “Finexpertiza-Bel” LLC.

The following goals were set in order to attain the above mentioned objective:

- to study the essence of the concept of “marketing strategy” and the types of marketing strategies, their role in enterprise management;
- to study the stages of development and implementation of the marketing strategy of the enterprise;
- to study the organizational and economic characteristics of the enterprise, to analyze the financial activities of the enterprise being studied;
- to analyze marketing activity “Finexpertiza-Bel” LLC;
- to develop measures to improve the marketing strategy of the enterprise under study and to evaluate the effectiveness of the proposed recommendations.

The object of the research is “Finexpertiza-Bel” LLC. Period under investigation covers 5 years from 2014 to 2018 of “Finexpertiza-Bel” LLC operations..

The subject of the research is the marketing strategy of the enterprise.

Research methods: analysis and synthesis of scientific literature on the research problem, analysis of statistical reporting of the enterprise, collection and analysis of empirical data, methods of comparison and generalization, classification method, calculating method.

The area of practical application is recommendations for marketing activities for auditing and consulting enterprises.

Дипломная работа: 52 с., 4 рис., 11 табл., 52 источника, 8 приложений.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ КАМПАНИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, РЕКЛАМА, ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ, ПРОГНОЗИРОВАНИЕ, SWOT-АНАЛИЗ, АУДИТ

Целью дипломной работы является разработка маркетинговой стратегии для компании ООО “Finexpertiza-Bel”.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие **задачи**:

- изучить сущность понятия «маркетинговая стратегия» и виды маркетинговых стратегий, их роль в управлении предприятием;
- изучить этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия;
- изучить организационно-экономическую характеристику предприятия, проанализировать финансовую деятельность изучаемого предприятия;
- проанализировать маркетинговую деятельность ООО “Finexpertiza-Bel”;
- разработать меры по совершенствованию маркетинговой стратегии исследуемого предприятия и оценить эффективность предложенных рекомендаций.

Объект исследования: ООО “Finexpertiza-Bel”.

Предмет исследования: маркетинговая стратегия предприятия.

Методы исследования: анализ и синтез научной литературы, анализ статистической отчетности предприятия, сбор и анализ эмпирических данных, методы сравнения и обобщения, метод классификации, метод расчета.

Область практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при разработке маркетинговой стратегии для аудиторских и консалтинговых предприятий.

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа: 52 с., 4 мал., 11 табл., 52 крыніцы, 8 прыкладанняў.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ КАМПАНІЯ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ СТРАТЭГІІ, РЭКЛЯМА, ФІНАНСАВАЕ СТАНОВІШЧА, ПРАГНАЗАВАННЕ, SWOT-АНАЛІЗ, АЎДЫТ

Мэтай дыпломнай работы з'яўляецца распрацоўка маркетынгавай стратэгіі для кампаніі ТАА "Finexpertiza-Bel".

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя **задачы**:

- вывучыць сутнасць паняцця "маркетынгавая стратэгія" і віды маркетынговых стратэгіяў, іх ролю ў кіраванні прадпрыемствам;
- вывучыць этапы распрацоўкі і рэалізацыі маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства;
- вывучыць арганізацыйна-эканамічную характарыстыку прадпрыемства, прааналізаваць фінансавую дзейнасць вывучаецца прадпрыемства;
- прааналізаваць маркетынговую дзейнасць ТАА «Finexpertiza-Bel»;
- распрацаваць меры па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі доследнага прадпрыемства і ацаніць эфектыўнасць прапанаваных рэкамендацый. **Об'ект** існавання: ТАА "Finexpertiza-Bel".

Прадмет даследавання: маркетынгавая стратэгія прадпрыемства.

Метады даследавання: аналіз і сінтэз навуковай літаратуры, аналіз статыстычнай справаздачнасці прадпрыемства, збор і аналіз эмпірычных дадзеных, метады параўнанні і абагульненні, метады класіфікацыі, метады разліку.

Вобласць практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы пры распрацоўцы маркетынгавай стратэгіі для аўдытарскіх і кансалтынговых прадпрыемстваў.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.